

BAB II

GAMBARAN UMUM *BOY'S CAKE AND BAKERY* SUKOHARJO DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pada Bab 2 akan dijelaskan gambaran umum *Boy's Cake and Bakery* di bawah ini, meliputi sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, produk produk *Boy's Cake and Bakery*, struktur organisasi perusahaan, deskripsi jabatan, bidang usaha, ketenagakerjaan, serta karakteristik yang dijadikan sampel pada penelitian ini

2.1 Sejarah Perkembangan *Boy's Cake and Bakery*

Boy's Cake and Bakery merupakan salah satu usaha bisnis roti modern yang di dirikan berawal hanya dari usaha roti rumahan. *Boy's Cake and Bakery* sendiri pada awalnya di dirikan pada tanggal 5 Januari 2014. Setelah berjalan beberapa waktu usaha tersebut pun semakin membesar seiring bertambahnya pelanggan dan juga kualitas serta varian dan ragam roti yang dimiliki. *Boy's Cake and Bakery* senantiasa berusaha menghasilkan produk terbaik dengan memenuhi standar mutu dan memuaskan pelanggan melalui inovasi, sehingga menghasilkan produk yang bermutu tinggi, aman dan sehat.

Usaha toko roti *Boy's Cake and Bakery* sendiri pada awalnya di dirikan oleh ibu Tri Setyo Yunianti. Pada awal mula pembuatan bisnis Ibu Yuni masih membuat produk roti berskala industri rumahan dimana juga sudah mulai merintis berbagai macam varian roti. Seiring dengan perkembangan bisnis yang dimiliki pengawasan mengenai kebersihan dan juga keamanan pangan semakin ketat pada setiap tahapannya demi

menjaga dan juga meningkatkan keamanan bahan pangan. *Boy's Cake and Bakery* juga dikenal sebagai salah satu produsen roti yang memproduksi roti dengan berbagai macam produk seperti kue basah, roti klasik, kue kering.

Hingga saat ini *Boy's Cake and Bakery* sudah memiliki 2 gerai yang berpusat di Jl. Raya Solo-Tawangmangu dan juga cabang yang lainnya terdapat di Sukoharjo. *Boy's Cake and Bakery* juga melayani pesanan dalam jumlah banyak seperti untuk acara dinas kantor dan juga memiliki fasilitas pesan antar namun terdapat minimal transaksi pembelian.

2.2 Visi, Misi dan Logo Perusahaan

2.2.1 Visi *Boy's Cake and Bakery*

Organisasi atau perusahaan harus mempunyai visi untuk mencapai tujuan menjadi perusahaan yang sukses. Menurut Wibisono (2006), visi adalah rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian organisasi atau perusahaan untuk diwujudkan di masa depan. Visi sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan visi dapat memberikan motivasi dan menjadi pedoman dalam merumuskan strategi perusahaan. Pernyataan visi sendiri yang efektif merupakan dengan menggambarkan secara jelas gambaran dari perusahaan yang akan dikembangkan. Visi *Boy's Cake and Bakery* yaitu, “Menjadi perusahaan *cake* dan *bakery* yang unggul dengan kualitas cita rasanya dan terjamin kualitas untuk memuaskan pelanggan”.

Dari visi nya tersebut dapat diketahui bahwa *Boy's Cake and Bakery* menginginkan perusahaannya agar menjadi perusahaan nomor satu dalam memberikan

makanan yang baik bagi konsumennya untuk dapat di konsumsi dengan cita rasa dan juga kualitas yang terjamin.

2.2.2 Misi *Boy's Cake and Bakery*

Misi merupakan tindakan strategis untuk dapat meraih sebuah visi dari sebuah organisasi. Pentingnya misi bagi sebuah perusahaan adalah sebagai arah usaha dalam mencapai visi, dengan memfokuskan langkah- langkah yang akan diambil.

Adapun misi yang dilakukan *Boy's Cake and Bakery* untuk mencapai visi tersebut merupakan sebagai berikut:

1. Pelanggan adalah nomor satu
2. Karyawan adalah aset terpenting bagi perusahaan
3. Menjaga kualitas dan terus berinovasi
4. Memberikan harga produk yang terjangkau masyarakat
5. Dapat membuka cabang di daerah lain

2.2.3 Logo *Boy's Cake and Bakery*

Logo merupakan sebuah tanda yang memberikan suatu identitas yang pada akhirnya dapat dijadikan sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membedakan suatu produk ataupun jasa dari kompetitor. Logo juga merupakan tanda pengenalan yang valid, sehingga dengan adanya logo perusahaan lebih cenderung untuk dikenali atau diingat oleh masyarakat luas.

Logo juga dapat digunakan sebagai daya tarik atau layanan yang disediakan. Logo sebuah perusahaan biasanya memiliki filosofi dan kerangka dasar, yaitu konsep dengan tujuan untuk menciptakan karakter yang mandiri. *Boy's Cake and Bakery*

sebagai salah satu toko roti tentunya juga memerlukan logo karena dengan adanya sebuah logo juga membantu pemasaran *Boy's Cake and Bakery*, dengan adanya logo masyarakat menjadi lebih mudah mengenal *Boy's Cake and Bakery* melalui ciri khas logo yang dimiliki.

Gambar 2. 1

Logo Boy's Cake and Bakery



DEP. KES RI. P.IRT No. 2063311010549-18

**Jl. Raya Solo - Tawangmangu Km. 7 Triyagan
Mojolaban, Sukoharjo**

Sumber: Google Images, 2020

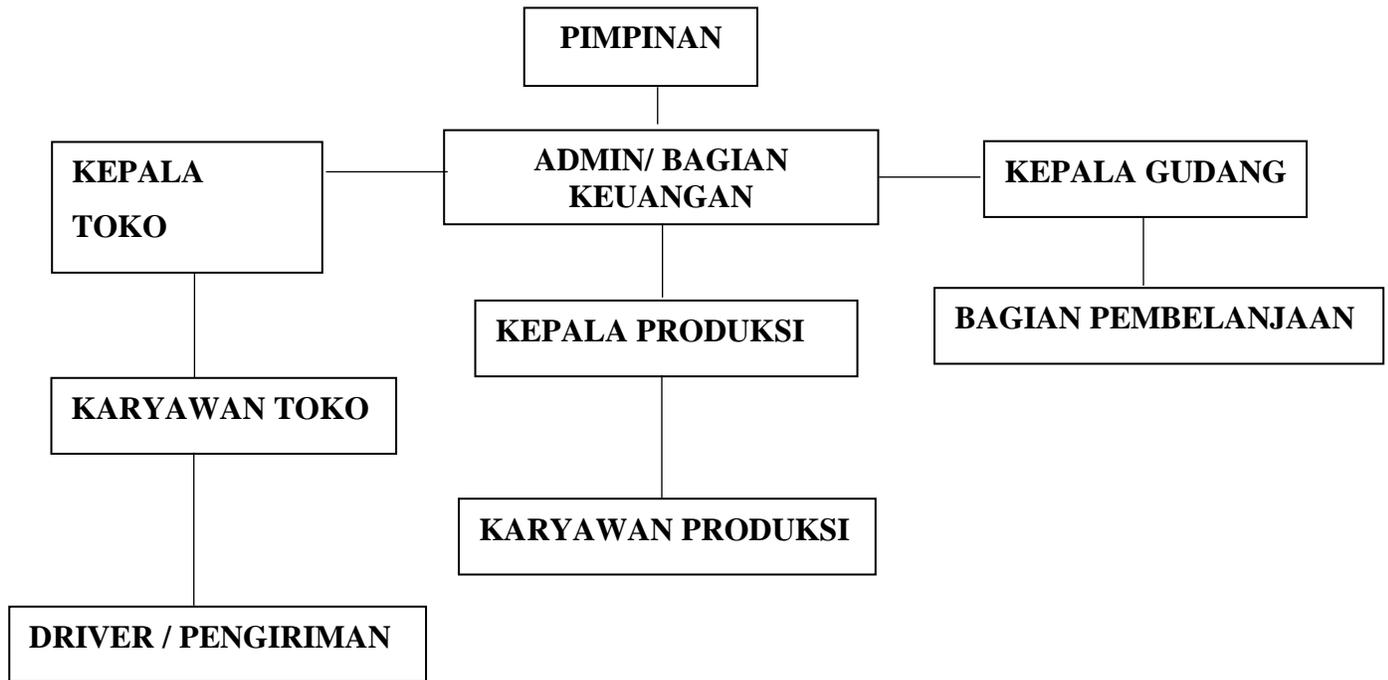
Toko roti ini memiliki ciri khas yaitu di atasnya memiliki lambang mahkota yang memiliki arti agar dengan adanya mahkota tersebut toko roti *Boy's Cake and Bakery* akan selalu berjaya dan juga makmur. Lambang mahkota di atas tulisan juga diharapkan agar *Boy's Cake and Bakery* dapat terus bersaing diantara para kompetitor toko roti lainnya dan juga menjadi toko roti yang selalu berjaya dan juga diingat oleh para konsumennya.

2.3 Struktur Organisasi

Menurut Robbin dan Coulter (2007) struktur organisasi sendiri dapat diartikan sebagai kerangka kerja formal sebuah organisasi yang dimana dengan kerangka kerja tersebut dapat dibagi masing-masing tugas para pekerja individual di sebuah organisasi atau perusahaan tersebut. Setiap organisasi ataupun perusahaan pada umumnya memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan bagian dari langkah awal untuk memulai melakukan aktivitas di perusahaan, dengan kata lain penyusunan struktur organisasi merupakan langkah perencanaan dalam perusahaan, sehingga dapat melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pembinaan, dan pengawasan.

Agar memperlancar jalannya kegiatan operasional *Boy's Cake and Bakery* memerlukan sebuah struktur organisasi karena dapat membantu dalam mencapai tujuan perusahaan dengan lebih efektif dan juga lebih efisien, serta lebih terstruktur dalam membagikan tugas dan juga wewenang. Struktur organisasi *Boy's Cake and Bakery* menganut struktur organisasi lini dan staf dimana pelimpahan wewenang yang ada dalam organisasi ini berlangsung secara vertikal dari sorang pimpinan hingga pimpinan yang ada di bawahnya. Agar dapat membantu kelancaran dalam mengelola perusahaan tersebut seorang pemimpin mendapat bantuan dari para staf di bawahnya. Tanggung jawab karyawan adalah membantu menyediakan data, informasi, dan layanan kepada pimpinan sebagai bahan yang perlu dipertimbangkan saat mengambil keputusan atau kebijakan. Berikut ini merupakan struktur organisasi *Boy's Cake and Bakery*:

Gambar 2. 2
Struktur Organisasi Boy's Cake and Bakery



Sumber : Boy's Cake and Bakery, 2020

2.4 Deskripsi Jabatan Boy's Cake and Bakery

Adapun tugas dan wewenang bagian dari *Boy's Cake and Bakery* berdasarkan struktur organisasi di atas merupakan sebagai berikut:

1. Pimpinan

Merupakan pimpinan tertinggi yang berada di dalam perusahaan, karena di dalam perusahaan ini pimpinan berarti pemilik perusahaan. Pimpinan memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

- Memberikan pedoman pekerjaan kepada para karyawan.

- Melakukan koordinasi atas perencanaan.
- Bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan semua situasi dan kemajuan serta kemunduran perusahaan.
- Melakukan perencanaan produk baru.

2. Admin atau Bagian Keuangan

Merupakan orang yang bertanggung jawab langsung dengan keuangan. Adapun tanggung jawab bagian keuangan dan administrasi sebagai berikut:

- Merencanakan, mengkoordinasikan dan juga mengelola administrasi keuangan.
- Menyimpan dan mengelola arsip-arsip yang dimiliki perusahaan
- Bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan dengan menyerahkan laporan perusahaan guna sebagai dasar dalam pengambilan keputusan
- Bertugas untuk mencatat penjualan, mencatat pengiriman barang, penerimaan pembayaran dan juga manajemen piutang.

3. Kepala Toko

Merupakan orang yang bertanggung jawab dalam mengatur dan juga mengelola para karyawan untuk bekerja sesuai dengan ekspektasi perusahaan dan juga memberikan layanan bagi para pengunjung toko.

- Menjaga kelengkapan produk, kecukupan stok dan juga variasi produk di outlet
- Memperhatikan dan juga menjaga mutu dan kualitas produk sesuai standar

- Sesuai standar pelayanan yang ditetapkan perusahaan, memberikan bawahan bimbingan teknis tentang pelayanan yang cepat, baik dan ramah kepada pelanggan

4. Kepala Produksi

Merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap kegiatan produksi pabrik.

Adapun tugas dari kepala bagian produksi merupakan sebagai berikut:

- Mengawasi seluruh proses produksi agar kualitas, kuantitas dan waktunya sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat
- Membuat inventarisasi permintaan stok seluruh produk berdasarkan rencana permintaan bagian penjualan agar stok produk cukup di bagian penjualan.
- Menginformasikan seluruh fasilitas/mesin/peralatan produksi berfungsi sesuai dengan yang seharusnya.
- Memastikan kebersihan area kerja dan pelengkapan kerja, serta memonitor seluruh mesin dan peralatan kerja dalam kondisi baik.

5. Kepala Gudang

Bertugas dan juga bertanggung jawab untuk mengeluarkan bahan baku dan bahan baku penolong bila diperlukan dalam proses produksi, dan memasukkan kembali bahan baku bila diperlukan. Serta melakukan manajemen gudang dan mengawasi serta memeriksa setiap barang yang keluar masuk gudang.

6. Karyawan Toko

Merupakan karyawan yang bertanggung jawab dalam menjual dan menerima pesanan produk yang telah di produksi dan bertanggung jawab dalam memasarkan produk nya kembali

7. Bagian Pembelian

Merupakan orang yang bertanggung jawab dalam membelanjakan bahan-bahan yang di perlukan guna membantu kelancaran proses produksi

8. Driver atau Bagian Pengiriman

Merupakan orang yang bertanggung jawab dalam mengirim pesanan yang telah di produksi kepada konsumen yang memesan produk roti.

9. Karyawan Produksi

Merupakan orang yang bertanggung jawab dalam membuatkan pesanan yang telah di pesan oleh para konsumen untuk di produksi.

2.5 Bidang Usaha

Boy's Cake and Bakery merupakan perusahaan yang membawahi dan juga mengelola seluruh toko roti *Boy's Cake and Bakery* yang ada di Sukoharjo. *Boy's Cake and Bakery* merupakan salah satu perusahaan di bidang usaha eceran atau *retail* yang menjual roti secara langsung kepada konsumen akhir. Jenis toko roti retail *Boy's Cake and Bakery* masuk ke jenis *Counter Service* artinya toko roti tersebut tidak memiliki area untuk makan dan hanya memiliki *Counter*, tempat dimana para konsumen bisa memesan roti, kue dan produk andalannya agar dapat di bawa pulang kerumah.

2.6 Jenis Produk *Boy's Cake and Bakery*

Boy's Cake and Bakery merupakan merek toko roti yang berkualitas dan juga cukup terkenal untuk kalangan warga sukoharjo. *Boy's Cake and Bakery* menawarkan berbagai macam jenis varian kue yang sangat beragam yang membuat toko roti ini menjadi pilihan yang di sukai oleh masyarakat sekitar.

Menurut Yulianti (2004) roti sendiri merupakan bahan pangan yang dibuat dari tepung terigu, ragi atau pengembang lain yang menggunakan teknologi fermentasi, kemudian dipanggang. Berikut ini merupakan macam-macam menu pada katalog produk di *Boy's Cake and Bakery* sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Jenis Produk di Boy's Cake and Bakery

No	Jenis Produk	Jumlah Jenis
1	Bakery	80
2	Cake	48
3	Pastry	19
4	Snack Basah	37
5	Klethikan	6
6	Kue Kering	10
7	Lainnya	3
Jumlah		203

Sumber : *Boy's Cake and Bakery, 2020*

2.7 Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran ialah sebuah tempat ataupun area, ketika sedang melakukan pemasaran agar proses distribusi sebuah distributor dapat berjalan dengan lancar. Perusahaan yang menjual produk memiliki cakupan wilayah, sehingga produk yang dijualnya dapat menjangkau konsumen sesuai dengan harapannya. Daerah yang mudah dijangkau, daerah tersebut mempunyai produktivitas yang tinggi, dan daerah tersebut juga mempunyai ketrampilan sosial yang baik, karena mempunyai tingkat sosial yang baik akan memberikan kemudahan.

Wilayah pemasaran dari *Boy's Cake and Bakery* ialah daerah sekitar Mojolaban, Karanganyar, Palur. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti mayoritas konsumen berasal dari wilayah Karanganyar dan Mojolaban. Namun, terdapat konsumen dari luar wilayah tersebut yang umumnya adalah orang yang bepergian melewati toko roti baik arah solo ke tawangmangu ataupun arah sebaliknya, lokasi toko yang mudah dijangkau karena terletak di pinggir jalan.

2.8 Identitas Responden

Pada sub bagian ini akan diberikan informasi mengenai karakteristik masing-masing responden yang diperoleh dari kuisisioner yang telah diisi oleh responden konsumen *Boy's Cake and Bakery* dalam penelitian ini. Data tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel yang menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jawaban yang diberikan. Responden penelitian ini sebanyak 100 responden.

Pengisian kuesioner penelitian dilakukan secara langsung saat bertemu dengan responden di toko *Boy's Cake and Bakery*. Menurut data yang diisi oleh orang

yang diwawancarai, identitas orang yang diwawancarai terkait dengan umur, jenis pekerjaan, pendapatan dan tujuan orang yang diwawancarai untuk membeli produk adalah sebagai berikut:

2.8.1 Identitas Responden berdasarkan Umur

Umur merupakan rentang kehidupan seseorang yang diukur dengan menggunakan tahun. Usia merupakan salah satu ciri yang dapat mempengaruhi mentalitas seseorang. Data mengenai umur responden memiliki tujuan untuk mengetahui umur responden. Responden dalam penelitian ini berusia minimal 17 tahun. Gambaran mengenai umur responden yang diteliti dapat dilihat melalui tabel 2.2:

Tabel 2. 2
Usia Responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 tahun	9	9
2	21 - 30 tahun	44	44
3	30 - 40 tahun	21	21
4	> 40 tahun	26	26
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa usia responden terbanyak terdapat pada kategori interval umur 21- 30 tahun yang memiliki persentase sebesar 44% sedangkan sebagian kecil responden berusia <20 tahun memiliki persentase sebanyak 9% dengan nilai termuda yaitu umur 17 tahun. Berdasarkan data yang telah diperoleh maka disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang melakukan pembelian di *Boy's Cake and Bakery* adalah kategori interval umur 21 –

30 tahun. Pada interval usia >40 memiliki persentase sebanyak 26%, namun sebanyak 8% diantaranya berusia >50 tahun.

2.8.2 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah bentuk fisik pembeda antara laki-laki dan perempuan. Tabel 2.3 menunjukkan keragaman responden berdasarkan jenis kelamin, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 2. 3
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	43	43
2	Wanita	58	58
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.3 di atas terlihat bahwa 58% responden adalah wanita dan 43% laki-laki.

2.8.3 Identitas Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir menunjukkan tingkat pendidikan yang telah diselesaikan seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, tabel 2.4 berikut menunjukkan data pendidikan terakhir responden:

Tabel 2. 4
Pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	7	7
2	SMP	0	0
3	SMA	26	26
4	Sarjana (S1)	65	65
5	Pasca Sarjana(S2)	8	8
6	Doktor (S3)	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.4 di atas terlihat bahwa sebanyak 55% responden dengan pendidikan terakhir terbanyak ialah sarjana dan jumlah terkecil sebanyak 7% merupakan tingkat pendidikan terakhir SD.

2.8.4 Identitas Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan adalah kegiatan aktif yang dilakukan oleh manusia dan dapat dibayar atas jasa-jasa berupa uang atau bentuk pembayaran lainnya. Berikut merupakan pekerjaan responden yang di jelaskan dalam tabel 2.5 sebagai berikut:

Tabel 2. 5
Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	26	26
2	TNI/POLRI/PNS	14	14
3	Pegawai Swasta	37	37
4	Ibu Rumah Tangga	9	9
5	Wiraswasta	8	8
6	Pensiunan	2	2
7	Supir Online	1	1
8	Entertainer	1	1
9	Dokter	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.5 di atas, terlihat bahwa di antara 37% responden yang paling banyak membeli produk merupakan pegawai swasta, kemudian terdapat 26% pelajar/ mahasiswa yang sering membeli produk. Terdapat masing-masing sebanyak 1% responden yang memiliki pekerjaan sebagai supir *Online* dan juga entertainer yang melakukan pembelian produk *Boy's Cake and Bakery*.

2.8.5 Identitas Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan

Penghasilan dalam penelitian ini merupakan pendapatan yang diterima seseorang sebagai timbal balik dari pekerjaan yang mereka lakukan dalam kurun waktu tertentu dan uang saku yang di dapatkan oleh responden yang belum bekerja. Penyajian data pendapatan ini adalah pendapatan yang diterima oleh responden yang sudah bekerja maupun uang saku responden

yang belum bekerja. Data pendapatan responden ini di jelaskan dalam bentuk tabel 2.6 sebagai berikut:

Tabel 2. 6
Penghasilan Responden

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000,-	29	29
2	> Rp 1.000.000,- – Rp2.000.000,-	25	25
3	>Rp 2.000.000,- - Rp 3.000.000,-	17	17
4	> Rp 3.000.000,- -Rp.4.000.000,-	6	6
5	> Rp.4.000.000,-	23	23
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dapat dilihat dari Tabel 2.6 bahwa sebagian besar pendapatan responden yang sudah membeli produk *Boy's Cake and Bakery* berkisar yakni kurang dari Rp.1.000.000 sebesar 29% rata-rata mayoritas pekerjaan ibu rumah tangga dan pelajar/mahasiswa. Kemudian penghasilan dengan pendapatan >Rp.4.000.000 sebesar 23% mayoritas pekerjaan merupakan pegawai swasta, namun 7% diantaranya memiliki pendapatan >Rp.8.000.000.

2.8.6 Identitas Responden berdasarkan Tujuan Pembelian

Pembelian dalam artian secara sederhana merupakan sebuah transaksi yang dilakukan oleh konsumen dengan melakukan permintaan kepada produsen, yakni dengan memiliki tujuan tertentu untuk memenuhi suatu kebutuhan. Berdasarkan tujuan pembelian responden di jelaskan pada Tabel 2.7 sebagai berikut:

Tabel 2. 7
Tujuan Pembelian

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Keluarga	90	90
2	Keperluan Dinas/Kantor (Instansi Pemerintah/ Swasta*)	10	10
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.7, dapat disimpulkan bahwa 90% responden yang datang membeli sebagian besar untuk tujuan pembelian keluarga, dan sisanya 10% responden berbelanja untuk memenuhi keperluan kantor untuk instansi pemerintahan, namun terkadang tujuan pembelian hanya untuk tambahan menu yang kurang.